

EL TURISMO EN ESPACIOS RURALES Y NATURALES: UNA MONOGRAFÍA DEL ATLAS NACIONAL DE ESPAÑA (ANE) *

Manuel Carbajo Ruiz

Ingeniero Geógrafo del Instituto Geográfico Nacional (Área de Cartografía Temática y Atlas Nacional de España) - Ministerio de Fomento
mcarbajo@fomento.es

RESUMEN

La función turística de los espacios rurales y naturales ha tomado en los últimos años una relevancia significativa. La pérdida de primacía agraria para estos espacios y la fuerte demanda de recreación por parte de la población urbana en estos mismos territorios han coincidido simultáneamente. Los recursos naturales, culturales y paisajísticos, unidos a una consolidada dotación de equipamientos y servicios en el mundo rural son atractivos poderosos.

El Instituto Geográfico Nacional, institución responsable de la publicación del Atlas Nacional de España, promovió la edición de una monografía sobre "Turismo en Espacios Rurales y Naturales de España". En ella se trata exhaustivamente el patrimonio puesto en valor para uso recreativo-turístico, la oferta de equipamientos y servicios y el papel que la actividad turística significa para el desarrollo económico de territorios rurales ciertamente deprimidos. Las perspectivas nacional y autonómicas se suceden en el atlas hasta conformar un discurso coherente atractivo que el lector sabrá apreciar.

Palabras Clave: Atlas Nacional de España, Turismo rural y de naturaleza.

ABSTRACT

The role of tourism in the rural and natural environments has become significant in the last few years. The loss of primacy of the agrarian role of these areas has coincided with an increase in the demand of leisure by the urban population in the same territory. Natural, cultural and landscape resources, together with the strengthened provision of goods and services are powerful attractions of the rural environment.

The National Geographical Institute, the organization responsible for publication of the National Atlas of Spain, has promoted a series devoted to "Tourism in Natural and Rural Areas in Spain". In this atlas, the natural and cultural heritage of interest for recreational and tourist use is considered in great detail. The provision of goods and services and the role of tourism for the economic development of seriously deprived rural areas is also discussed in depth.

Key Words: National Atlas of Spain, Rural and natural tourism

"Andar, un pie tras otro, con sosiego y buena voluntad, la tierra propia y aun la ajena, es un regalo que los clementes dioses hacen al hombre cuando éste se lo pide con la clara voz que presta la humildad a la inteligencia. De mí puedo decir, porque lo experimenté desde muy joven, que hay pocos placeres, tanto del cuerpo como del espíritu, comparables al deleite del camino cuando el día nace y la luz empieza a dibujar las siluetas de los montes y los case-ríos, los árboles y el ave en vuelo, la mujer que cruza, el niño que despierta y el mozo que canta a voz en grito para espantar el fantasma

del sueño que se resiste a huir. En el camino residen la verdad y la belleza, la calma, el equilibrio y la medida, porque a las nociones opuestas -la mentira, la fealdad, la prisa y el desmedido propósito- las barre el viento fresco que oreo cada mañana la costra del decorado del hombre desde que el mundo es mundo."

* Este trabajo se basa en los resultados del Proyecto Conjunto, en el marco del Convenio de Colaboración entre el Instituto Geográfico Nacional y la Universidad de Alcalá, para la investigación y desarrollo de métodos cartográficos de análisis y expresión de información relativa al turismo en los espacios rurales y naturales de España.

Con este párrafo, fragmento de un artículo publicado el 27 de julio de 1997, se despedía Don Camilo José Cela (1916-2002) de la Alcarria al trasladarse a vivir a Madrid. Acaso pionero de lo que ha dado en llamarse turismo rural, su famoso libro, "Viaje a la Alcarria", publicado en 1948, recoge las venturas y desventuras de los días que pasó embebido en el medio rural y natural dos años ante, y supone una de las primeras y más claras manifestaciones de un fenómeno que más tarde, en las últimas décadas del siglo XX, se consolidaría como una importante función del medio rural y que hoy es ya una realidad.

El turismo rural, como es bien sabido, tiene de propio el medio en el que se desarrolla. Así, se dice que es aquel turismo desarrollado en áreas rurales o naturales. En las primeras, persiste una importante función productiva agraria, una estructura social marcada por el envejecimiento, la masculinización, un acusado déficit demográfico y unos paisajes donde naturaleza e historia están perfectamente imbricados; las áreas naturales son definidas como los espacios con escasa impronta humana y con altos valores en la herencia biótica y abiótica recibida. Por otra parte, el fin último perseguido en el disfrute de estos lugares es muy diverso; así se puede hablar de turismo gastronómico, de fines deportivos, culturales o, simplemente, de recreo y descanso, por citar solo algunas de las múltiples posibilidades que ofrecen el medio rural y natural.

Este fenómeno, como es de todos bien conocido, está transformando el medio rural no sólo desde una perspectiva económica, sino también social. Se ha pasado de un medio rural ajeno al turismo a otro en el que la actividad diaria, principalmente agraria y ganadera de los habitantes de estas regiones se ve acompañada por la aparición de nuevos servicios y equipamientos relacionados con el ocio, la recreación y el turismo. Este cambio no ha sido instantáneo; primero empezó tímidamente quizás impulsado, principalmente, por aquellos lugareños que, habiéndose desplazado a la ciudad para ganarse la vida, acudían a sus sitios de origen a disfrutar de sus días de vacaciones. A continuación esta actividad empezó a tener cierta relevancia social, a considerarse como algo original, moderno y, desde luego, alternativo al clásico turismo de sol y playa. Desde las administraciones también se percibió muy pronto como una forma de dinamizar el medio rural y frenar así la preocupante despoblación; se fomentan las actividades turísticas, y desde los programas de desarrollo rural y planes de dinamización turística se diseñan

ayudas dirigidas a aquellas iniciativas, públicas o privadas, que supongan una acción positiva en la mejora de la oferta en servicios que favorezcan el acercamiento de los ciudadanos al medio rural.

La impronta que este fenómeno ha dejado en los ámbitos rurales tiene ya un gran calado. En muchas regiones, ha desplazado casi por completo la actividad agraria y ganadera, lo que lleva a plantear nuevos retos, como son los de la coexistencia del turismo con la conservación de aquellos aspectos del medio rural que son esenciales para el mantenimiento de su atractivo e imagen como es, por ejemplo, el paisaje. Si se pierde la actividad agraria y ganadera se pierde una gran parte del paisaje rural, ya que los campos arados, las plantaciones de vid, los rebaños pastando,... suponen la esencia misma del paisaje ligado a núcleos rurales de población. Por ello, se debe fomentar un turismo racional, evitando errores como la afluencia masiva que podría destruir el entorno natural y, desde luego, se debe acudir a un modelo de desarrollo que favorezca la coexistencia del turismo con el entramado económico y social de aquellas áreas en las que se pretenda asentar este tipo de actividad económica.

La demanda del turismo rural, como se ha dicho, es muy dispar, engloba a un sector muy amplio de la población y tiene en el habitante de los núcleos urbanos su principal valedor. Unos son movidos por sus raíces, otros por la rica diversidad gastronómica regional y no pocos por el disfrute de actividades deportivas al aire libre, por citar solo algunas de las posibilidades. Ese interés en la población urbana, la cada día mayor facilidad de acceso a los núcleos rurales, y los planes de ayudas al desarrollo han terminado por cristalizar el recreo y el ocio en las áreas rurales y naturales como una firme realidad. Por otro lado, también hay que considerar la mayor sensibilidad de la población hacia los recursos naturales y culturales de que dispone nuestro país. En la actualidad, una población cada día más formada en el aprecio de valores culturales y naturales disfruta con la contemplación de estos recursos y de la gran diversidad y riqueza del paisaje español. Además, la oferta de servicios al usuario que visita estas áreas, como son el alojamiento, restaurantes, oficinas de información, balnearios, granjas-escuela, deportes de aventura,... es creciente. Esta alternativa propicia unas posibilidades de empleo mucho más atractivas para los jóvenes, lo que ha hecho que, en algunos casos, se haya desacelerado el despoblamiento que sufrían los pequeños núcleos desde mediados del siglo pasado. El tu-



Figura 1.- Esquema de la monografía "Turismo en espacios rurales y naturales" del Atlas Nacional de España (IGN-CNIG, 2008)

rismo rural ha podido influir en la tímida mejora de la crisis en la que estaba sumido el medio rural.

El turismo aglutina dos aspectos esenciales en su funcionamiento: recursos y servicios (Figura 1). Los recursos son aquellos atractivos naturales o culturales que el medio ofrece; su particularidad es que son propios de la región en la que aparecen y a la que identifican y diferencian del resto. Así, podemos hablar de lugares naturales de especial interés por su belleza o interés biológico, o de recursos culturales implantados en las áreas rurales, de los que España presenta una enorme riqueza. También tiene un interés especial la gran diversidad culinaria de nuestro país, las diferentes tradiciones sociales (fiestas, rituales, costumbres,...), las vías pecuarias, los yacimientos arqueológicos y paleontológicos, etcétera. En definitiva, los recursos son aquellos atractivos que hacen que el turista se interese por una determinada región. En estos últimos años, con la eclosión del turismo rural y la llegada de diferentes ayudas económicas, el cuidado y conservación de todos estos recursos ha sido una tarea fundamental en la que las administraciones han volcado sus esfuerzos realizando restauraciones y estable-

ciendo límites en el número de visitas que si fueran masivas podrían poner en peligro el valor ecológico de algunas zonas.

El turismo, como es bien sabido, no solo requiere recursos. El acceso y acercamiento a los mismos ha de ser agradable, cómodo, relajante y hasta divertido. Esta es la parte que corresponde a lo que llamamos servicios y equipamientos y que engloba una gran cantidad de variables. Los servicios no hacen sino aportar un valor añadido al recurso endógeno.

El "Área de Cartografía Temática y Atlas Nacional" no ha sido ajena a esta nueva realidad del turismo en España y ha considerado oportuno ampliar el tratamiento que hizo uno de sus 49 grupos temáticos que componen la obra "Atlas Nacional de España" (ANE), bajo el título de "Turismo", una de las actividades económicas más importantes de nuestro país. Dicho Área está inserta en la Subdirección General de Aplicaciones Geográficas que, a su vez, depende de la Dirección General del Instituto Geográfico Nacional (IGN) del Ministerio de Fomento. Ello se ha concretado en la elaboración del atlas de "Turismo en Espacios Rurales y Naturales" que forma parte de la serie Monografías del



Figura 2.- Mapas de la monografía “Turismo en espacios rurales y naturales” del Atlas Nacional de España (IGN-CNIG, 2008)

Atlas Nacional de España (Figura 2). Para ello, se ha contado con la inestimable colaboración del Departamento de Geografía de la Universidad de Alcalá (UA), con la que existe abierto un convenio de colaboración (IGN-UA) que ya había fructificado, con anterioridad, en otras publicaciones de gran interés. En este caso, la dirección científica ha corrido a cargo de los Dres. D. José Sancho Comíns y D. José Fernando Vera Rebollo.

Un atlas es, desde el punto de vista de la teoría de la comunicación, un canal, una herramienta, con la que los científicos se comunican con los lectores. Se trata pues de transmitir un mensaje y por ello son determinantes tres factores. Por un lado, la definición concreta, clara y ordenada de los contenidos que se pretende transmitir. Es también fundamental conocer los intereses de contenidos y destrezas en la lectura cartográfica del público al que va a ir dirigido el atlas. Por último, el propio canal de comunicación, el atlas en sí mismo, y en última instancia cada una de las páginas que componen la obra, han de ser estéticamente atractivas, muy claras y ordenadas, muy limpias y bien estructuradas. Su construcción requiere un largo proceso (Figura 3). En un primer momento se contempla la idea de

plasmar en un Atlas el contenido propio al turismo en espacios rurales y naturales; es decir, el qué o elemento informativo. También debe considerarse a quién va dirigido el atlas, factor clave a tener en cuenta en el diseño tanto de la cartografía de base que se empleará, como en la forma de representar las diferentes variables temáticas mostradas. Ambas cosas se sostienen sobre objetivos claros y bien pensados que animan su ejecución. El discurso cartográfico se ha de hilvanar con argumentos sólidos de forma que la exposición sea ordenada, clara y completa. Es buena práctica dividir el libro en diferentes capítulos que aglutinen asuntos similares. También es positivo limitar el número de escalas que se van a emplear en la cartografía a dos o tres, de modo que, una vez el lector se familiarice con esas escalas, no le distraigan del análisis de la carga temática que es en la que debe centrar su atención. Como resultado de esta primera etapa se perfila el qué y el cómo del atlas, es decir, qué información vamos a mostrar (listado de contenidos) y cómo lo vamos a hacer (libro de estilo). Es evidente que esto es absolutamente necesario en todos los órdenes de la vida y, por supuesto, también en la realización de un atlas.



Figura 3.- Esquema de la monografía "Turismo en espacios rurales y naturales" del Atlas Nacional de España (IGN-CNIG, 2008)

Una vez definido ese listado de los contenidos, el siguiente paso será identificar qué organismo, organismos o empresas, pueden suministrar esa información o si son los propios investigadores los que deben levantar esos datos con estudios propios. A menudo, la información nos viene dada, lo que es una gran ventaja, aunque también es cierto que dicha información ha podido ser obtenida con métodos muy dispares. En algunas ocasiones esos métodos son tan diferentes que pueden hacer que no sea comparable. Este fenómeno sucede con mucha frecuencia cuando lo que se pretende es analizar datos de los servicios estadísticos de diferentes comunidades autónomas. En ocasiones, la forma en que se trata un mismo fenómeno es tan dispar que supone serios problemas para homogeneizar los datos.

Otro asunto a tratar en la obtención de los contenidos es el análisis de los datos. Una vez se tienen los datos, tal y como los diferentes agentes productores de los mismos los generan, deben procesarse. Para ello lo primero es importar esos datos al programa de representación con el que se va a trabajar. Esto en ocasiones puede representar una cuestión delicada ya que los agentes productores de datos trabajan con múltiples formatos, algunos propios, y se hace necesario en-

tonces transformar esos datos a algún formato con el que se pueda interactuar. Una vez están los datos en un formato idóneo, ya se aborda la representación con la simbología más adecuada según las características del fenómeno.

Por último, entran en juego cuatro tareas coordinadas entre sí: la redacción cartográfica, la obtención de información gráfica, la redacción de los textos y la disposición de todos esos elementos u objetos (textos, mapas, fotografías,...) en las páginas del libro de una forma clara y atractiva.

En cuanto a la redacción cartográfica, en esta fase se parte de unas bases cartográficas definidas en la etapa inicial de planteamiento del atlas y obviamente de los datos que se quieren representar. A todo ello se le aplican los principios de la cartografía temática en cuanto que maneja un lenguaje con sus propias leyes sintácticas. Habitualmente se emplean programas de gestión de la información geográfica que permiten automatizar la representación y que nos muestran en pantalla los símbolos deseados en función del tipo de representación permitiendo muchas posibilidades de edición de esos símbolos. En cualquier caso, siempre es necesaria la revisión y edición de cada uno de esos mapas terminados por parte del re-



Figura 4.- Mapas de la monografía “Turismo en espacios rurales y naturales” del Atlas Nacional de España (IGN-CNIG, 2008)

dactor cartográfico, para comprobar que los símbolos se muestran con claridad y que no se ocultan entre ellos o incluso que no ocultan información relevante de la base cartográfica.

Todos los mapas que comprenda el atlas deben tener un diseño básico homogéneo (Figura 4). Este aspecto, en cuanto a bases cartográficas, está resuelto desde la etapa ‘planificación’ de las mismas. También es relevante el cuidado en la elección de los colores empleados en los símbolos, de modo que su tratamiento uniforme a lo largo de toda la obra dé unidad a ésta a los ojos del lector.

El mapa es el elemento fundamental y definitorio de un atlas; el que da a un libro la identidad de atlas y lo diferencia de otras obras compuestas sólo por textos y otros tipos de imágenes. Ahora bien, el mapa en el perfil actual de los atlas debe venir acompañado de explicaciones literales e información multimedia, considerando dentro de esta última las imágenes de satélite, fotografías, gráficos, esquemas,... y cualquier otro recurso que ayude a la comprensión del fenómeno objeto de estudio. Por último, es importante la percepción coherente

entre lo argumentado en el texto, los mapas y las imágenes, gráficos, pies de fotos,... de cada página, así como la forma de mostrar todos esos elementos dentro de una página o una doble página.

Este atlas cuenta con una breve introducción y cuatro capítulos. En la introducción se describe, en términos generales, el turismo en las áreas rurales y naturales aportando cifras y datos que justifican sobradamente la oportunidad de esta obra. También en dicha introducción se resumen brevemente los pasos fundamentales seguidos en la elaboración de la obra y se aclaran algunos conceptos que ayudarán al lector a comprender mejor la información mostrada en ella.

Seguidamente se desgana la realidad turística de los ámbitos rurales y naturales en cuatro grandes capítulos, los tres primeros dedicados a un estudio a nivel nacional en el que la cartografía empleada abarca desde las escalas 1:3.000.000 hasta la 1:10.000.000. En el último capítulo el análisis alcanza un mayor grado de detalle al recorrer, una por una, todas las Comunidades Autónomas. En este cuarto y último capítulo las escalas empleadas, en función del tamaño de la

Comunidad Autónoma, han sido dos: 1:1.000.000 y 1:1.250.000. La cartografía básica ha sido obtenida por generalización del mapa a escala un millón del Instituto Geográfico Nacional, adaptando la simbología para que, en ningún caso, dificulte la información temática que va a acoger. Los mapas se han ilustrado, en su mayoría, con un sombreado que traduce fielmente la configuración del relieve, así como con hipsometrías en el caso de los mapas autonómicos dedicados a mostrar las rutas turísticas de mayor interés de cada autonomía. El resto de mapas autonómicos se han saturado de tonos planos sobre atractivos sombreados que ayudan a identificar los límites autonómicos, a la vez que potencian la dimensión artística del mapa.

La distribución de la información a lo largo de los tres primeros capítulos, dedicados al conjunto de España, sigue la lógica esperada. Un primer capítulo destinado a 'inventariar' los recursos territoriales y patrimoniales en el que tienen cabida desde los espacios naturales protegidos hasta recursos patrimoniales como puedan ser colecciones museísticas, recursos arqueológicos y paleontológicos, así como el patrimonio cultural, pasando por fiestas de especial interés, gastronomía o denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas. También se contempla el paisaje como recurso turístico, eligiéndose siete ejemplos entre los que figuran, entre otros, la isla de El Hierro, la comarca de La Mancha o la sierra de Albarracín en el Sistema Ibérico.

En el segundo capítulo la obra focaliza su atención en los servicios y equipamientos. Este capítulo, titulado 'Oferta turística y recreativa en áreas rurales y naturales', hace un recorrido por todas las ofertas que hoy plantea al turista el medio rural y natural. Se contemplan aquí las posibilidades de alojamiento, la distribución de las oficinas de información en el medio rural, el denominado turismo activo que comprende desde el que convive en una granja escuela, hasta el que realiza actividades deportivas embebido en el medio natural.

El tercer capítulo se centra en los diferentes planes de ayuda existentes para la promoción y fortalecimiento del turismo en espacios rurales y naturales. El atlas también se centra en la necesidad de un desarrollo turístico sostenible, en la importancia del turismo rural en la dinamización de núcleos rurales seriamente deprimidos, y en la gestión que se ha hecho de las importantes ayudas recibidas, a favor del medio rural, a través de los diferentes programas de desarrollo rural Leader y Proder. Por último, en la monografía se

analiza la transformación experimentada en algunas comarcas que son, sin duda, ejemplo de un buen desarrollo turístico. Algunos ejemplos son: Taramundi, el valle de Benasque, la Sierra de Grazalema, la localidad de Sigüenza y la Sierra Norte de Guadalajara, la localidad segoviana de Cuéllar, o la comarca vitivinícola de La Geria en el corazón de Lanzarote.

En el capítulo cuarto la atención se centra en las comunidades autónomas. Así las escalas de los mapas permiten un mayor detalle, siendo cinco los mapas propuestos para cada autonomía. Los dos primeros mapas muestran los recursos naturales: en el primero, se cartografían los espacios naturales protegidos catalogados como tal, y en el segundo, otros lugares considerados de interés por su valor ecológico o su belleza paisajística. Los dos mapas siguientes muestran los recursos histórico-monumentales y los recursos etnológicos, los eventos culturales, deportivos,...

Finalmente, para cada autonomía se ha dibujado un mapa con los principales itinerarios turísticos. En el mapa se señalan diferentes posibilidades para aquellos lectores que quieran visitar el patrimonio natural, paisajístico y cultural con que cuenta cada territorio. Como ejemplo, se muestra en la Figura 5 una página que representa a la Comunidad Foral de Navarra.

Por otro lado, está el trabajo de recopilación, análisis y representación de la información temática. Hemos de considerar que las fuentes de información, como anteriormente se ha dicho, son múltiples y que la información llega de formas muy diversas. Para ello, se ha empleado un programa de GIS, en concreto el módulo ArcMap de Esri. Los elementos ya representados eran con posterioridad exportados a Freehand, donde se unían a la cartografía básica y se editaba lo que se estimara oportuno a fin de que el mapa estuviera perfectamente claro y el mensaje pudiera ser transmitido con el menor ruido posible.

Por último, una vez redactado el mapa, se genera un fichero PDF de gran resolución, destinado a impresión en papel; dichos ficheros PDF son los que se incrustan, al igual que las fotografías, esquemas, gráficos,... en la página correspondiente. Así, junto con el texto y demás colección de objetos, se crea un mensaje plurimodal que hace más amena y completa la percepción, estudio y aprendizaje del fenómeno que se desea mostrar. Por último, cabe decir que el programa informático con el que se han maquetado todas las páginas del

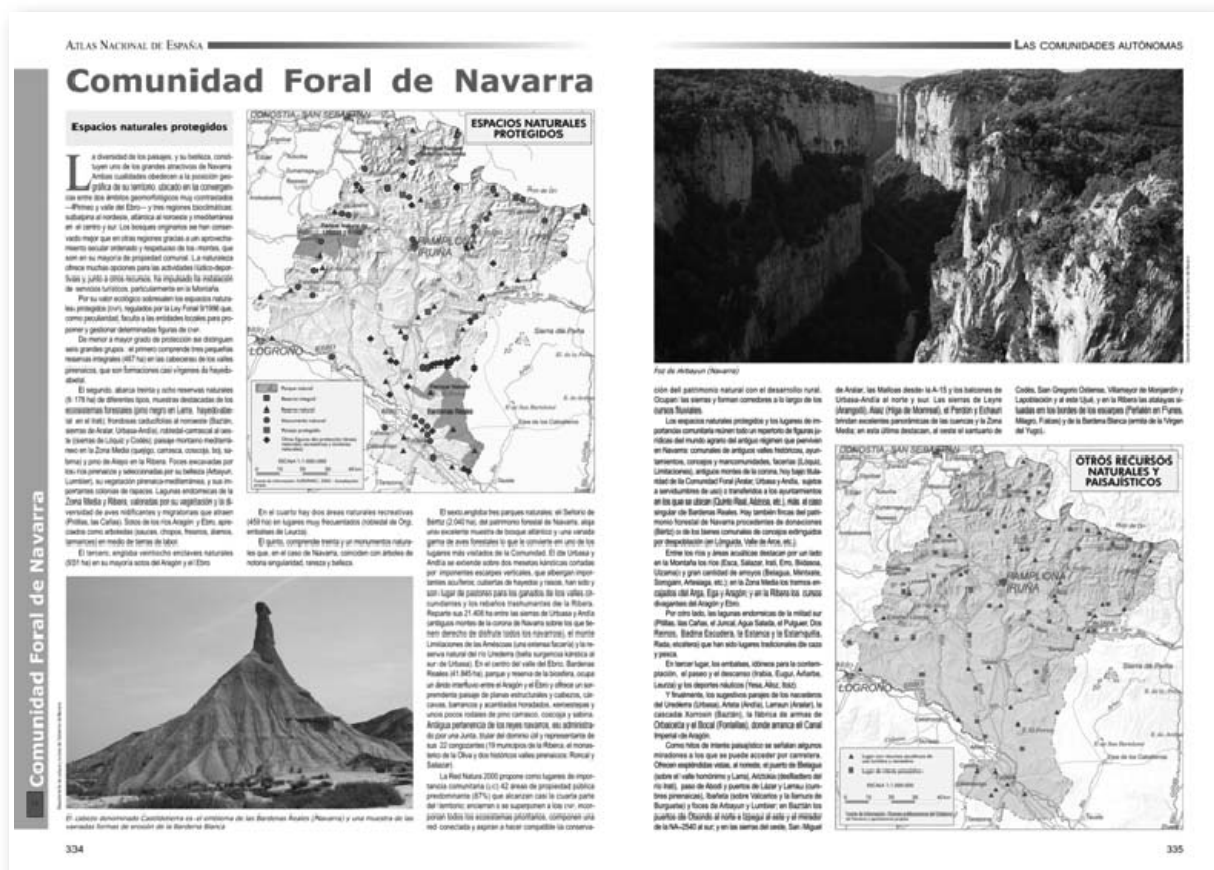


Figura 5.- Páginas de la monografía “Turismo en espacios rurales y naturales” del Atlas Nacional de España (IGN-CNIG, 2008)

atlas ha sido QuarkXPress, desde el que, una vez finalizada la obra, se generaron ficheros PDF de muy alta resolución de todas las páginas y se enviaron apreimpresión para su composición en pliegos, pruebas finales del pliego y, finalmente, el pasado de estos pliegos, directamente a plancha para su posterior impresión en máquina offset de cuatro colores.

En esta monografía han participado más de 50 especialistas de más de 20 veinte universidades diferentes. Se ha recogido, a lo largo de sus 368 páginas, un discurso temático coherente hilvanado por 158 mapas básicos y temáticos, 40 gráficos y tablas, 419 fotografías, 10 ideogramas y un texto riguroso científicamente a la vez que amable y sugerente.

Esta publicación de la serie Monografías del Atlas Nacional de España invita a un recorrido por la geografía española que alberga un patrimonio cultural y natural de incommensurable valor en el ámbito rural. No está en el ánimo de los autores la contemplación pasiva de sus páginas, sino la invitación a que cada lector descubra por sí mismo un tesoro que, a buen seguro, no tardará en poseer.

BIBLIOGRAFÍA

Instituto Geográfico Nacional (IGN) (2008). *Turismo en espacios rurales y naturales*. Serie Monografías del Atlas Nacional de España (ANE). Dirección científica: J. Sancho Comíns y F. Vera Rebollo, Madrid. Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG). 363 p.